

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Pada sub bab ini akan dijelaskan mengenai kesimpulan terkait dengan hasil penelitian guna menjawab rumusan masalah yang telah disusun serta pembuktian atas pengujian hipotesis. Kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil pengujian hipotesis pertama pada penelitian ini menunjukkan bahwa Kemudahan Penggunaan dalam kualitas layanan elektronik berpengaruh positif signifikan terhadap manfaat yang dirasa nasabah Bank Mandiri. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin mudah pengelolaan ataupun penggunaan fasilitas perbankan yang di sediakan oleh Bank Mandiri maka nasabah akan merasakan manfaat lebih dari pelayanan tersebut sehingga dapat terus loyal kepada Bank Mandiri.
2. Hasil pengujian hipotesis kedua pada penelitian ini menunjukkan bahwa Keamanan dalam Kualitas Pelayanan Elektronik tidak berpengaruh positif signifikan terhadap manfaat yang dirasakan nasabah Bank Mandiri. Hal ini mengindikasikan meskipun memiliki tingkat keamanan yang berbeda, tidak mempengaruhi manfaat yang dirasa nasabah dalam menggunakan layanan Bank Mandiri. Hal tersebut dikarenakan tingkat keamanan Bank Mandiri sudah dipandang baik oleh nasabah Bank Mandiri.
3. Hasil pengujian hipotesis ketiga pada penelitian ini menunjukkan bahwa Kehandalan dalam Kualitas Pelayanan Elektronik tidak berpengaruh signifikan

terhadap manfaat yang dirasakan nasabah Bank Mandiri. Dengan kata lain meskipun Bank Mandiri memiliki tingkat kehandalan dalam menyediakan ataupun melayani semua transaksi perbankan yang berbeda, hal tersebut tidak mempengaruhi manfaat yang dirasa nasabah Bank Mandiri.

4. Hasil pengujian hipotesis keempat pada penelitian ini menunjukkan bahwa Hadiah dalam Program Loyalitas tidak berpengaruh signifikan terhadap manfaat yang dirasakan nasabah Bank Mandiri. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi dan semakin banyak penawaran hadiah yang diberikan oleh Bank Mandiri tidak mempengaruhi manfaat yang dirasa nasabah dalam bertransaksi di Bank Mandiri. Hal ini dikarenakan sebagian nasabah lebih berfokus kepada tujuan menabung di Bank bukan untuk mencari hadiah ditambah lagi peluang mendapatkan hadiah yang kecil membuat nasabah acuh atas penawaran hadiah tersebut.
5. Hasil pengujian hipotesis kelima pada penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Informasi dalam Program Loyalitas berpengaruh signifikan terhadap Manfaat yang dirasakan nasabah Bank Mandiri. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas informasi yang diberikan oleh Bank Mandiri sangat mempengaruhi manfaat yang dirasa nasabah dalam bertransaksi di Bank Mandiri. Hal ini dikarenakan nasabah lebih sensitif terhadap pelayanan dan pemberian informasi yang jelas pada saat menggunakan fasilitas yang disediakan oleh Bank Mandiri.
6. Hasil pengujian hipotesis keenam pada penelitian ini menunjukkan bahwa Gender memoderasi hubungan antara manfaat yang dirasakan terhadap loyalitas

nasabah Bank Mandiri. Hal ini mengindikasikan bahwa perbedaan gender memiliki nilai efektifitas yang berbeda terhadap hubungan manfaat yang dirasa oleh nasabah yang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri. Gender perempuan lebih efektif dibandingkan gender laki-laki dalam bertransaksi dan memanfaatkan fasilitas perbankan di Bank Mandiri.

7. Hasil pengujian hipotesis ketujuh pada penelitian ini menunjukkan bahwa Manfaat yang dirasakan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas nasabah Bank Mandiri. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin besar manfaat yang dirasakan oleh pelayanan Bank Mandiri sangat mempengaruhi Loyalitas nasabah dalam bertransaksi dan terus menggunakan layanan di Bank Mandiri.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, pada penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya mengamati nasabah Bank Mandiri yang berada di wilayah Surabaya dan sekitarnya. Sehingga sampel yang digunakan hanya mengambil dari nasabah Bank Mandiri Surabaya.
2. Beberapa indikator pertanyaan dari masing-masing variabel sulit untuk dipahami sehingga maksud dari peneliti tidak tersampaikan dengan baik pada responden.
3. Terbatasnya referensi dengan penelitian yang sama, yaitu membahas kehandalan yang dikaitkan dengan manfaat yang dirasa dan loyalitas.

5.3. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di dapat, terdapat beberapa saran yang dapat disampaikan yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Bank Mandiri

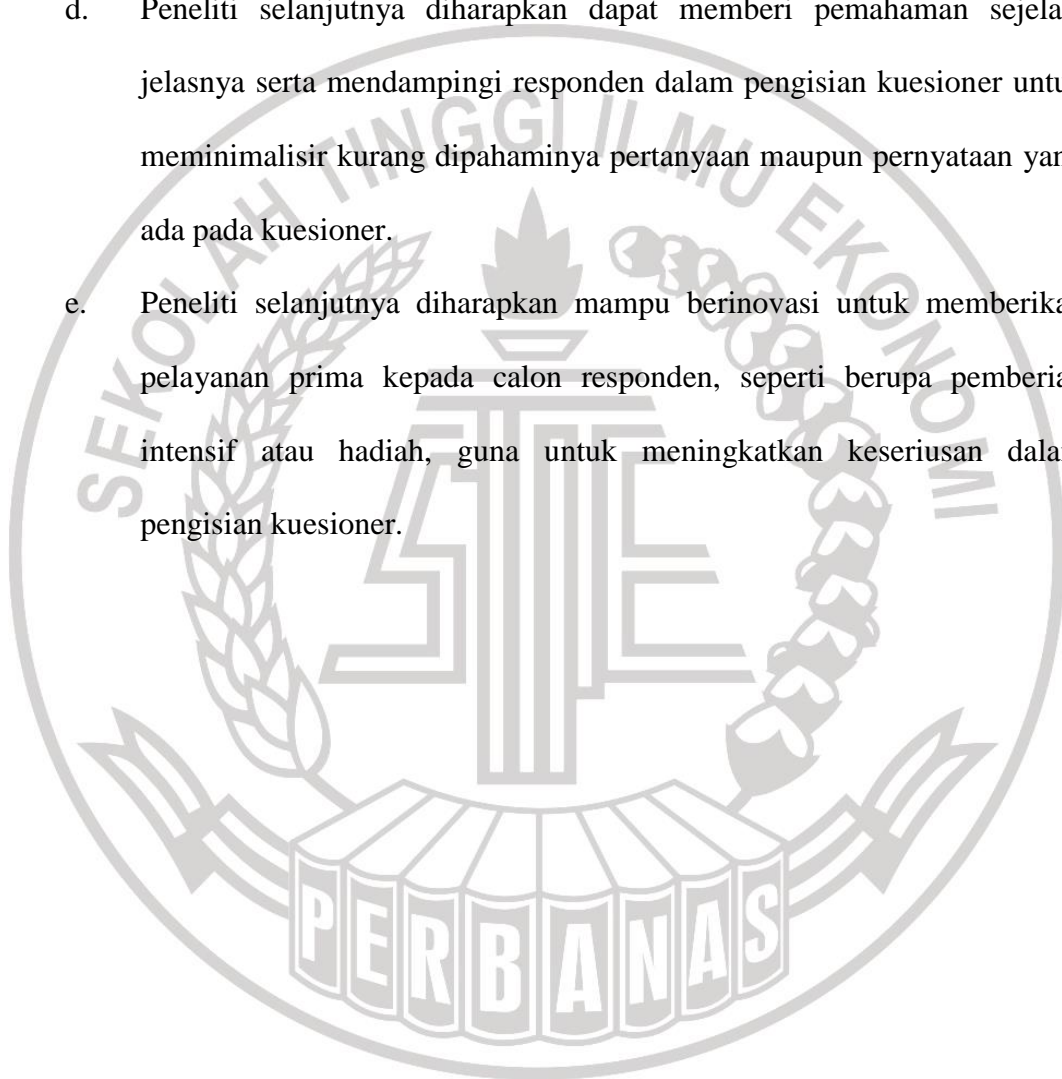
- a. Direkomendasikan kepada Bank Mandiri untuk terus meningkatkan kemudahan dalam pengelolaan layanan produk maupun jasa dalam bertransaksi di Bank Mandiri guna meningkatkan loyalitas nasabahnya.
- b. Bank Mandiri disarankan untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas informasi pada layanan dalam bertransaksi di Bank Mandiri, hal tersebut dapat meningkatkan manfaat yang dirasa nasabah sehingga berpengaruh terhadap loyalitas untuk terus menjadi nasabah Bank Mandiri.
- c. Disaranan untuk Bank Mandiri terus berinovasi dan terus memperbaiki sistem program loyalitas dan pemberian hadiah kepada nasabahnya guna untuk meningkatkan manfaat yang dirasa nasabah. Sehingga program tersebut dapat menjadi program andalan bagi nasabah untuk terus menggunakan layanan Bank Mandiri.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah jumlah sampel yang digunakan serta memastikan sasaran sampel yang sesuai dengan kriteria dalam pemilihan responden.
- b. Peneliti selanjutnya diharapkan lebih memperhatikan dan menguji kembali item-item yang digunakan untuk mengukur variabel dan

menghindari penggunaan kalimat yang sulit dipahami agar maksud dari peneliti tersampaikan dengan baik.

- c. Peneliti selanjutnya diharapkan mencari lebih banyak referensi yang tepat terkait dengan variabel yang digunakan.
- d. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memberi pemahaman sejelas-jelasnya serta mendampingi responden dalam pengisian kuesioner untuk meminimalisir kurang dipahaminya pertanyaan maupun pernyataan yang ada pada kuesioner.
- e. Peneliti selanjutnya diharapkan mampu berinovasi untuk memberikan pelayanan prima kepada calon responden, seperti berupa pemberian intensif atau hadiah, guna untuk meningkatkan keseriusan dalam pengisian kuesioner.



DAFTAR RUJUKAN

- Abdul Qayyum, Do Ba Khang dan Donyaprueth Krairit. 2013. *"An analysis of the ante-cedents of loyalty and the mod-erating role of customer demographics in an emerging mobile phone industry"* International Journal of Emerging Markets . Vol. 8 No. 4
- Adams, D.A., Nelson, R.R., Todd, P.A. 1992. *"Percieved Usefulness, Ease of Use , and Usage of Information Technology. A Replication"*, pp 227-247
- Alok Kumar Rai, Srivastava Medha. 2013. *"The Antecedents of Customer Loyalty:An Empirical Investigation in Life Insurance Context"*. *Journal of Competitiveness*, Vol. 5, Issue 2, pp. 139-163
- Amini, M. T., Ahmedinejad, M., & Azizi, M. J. 2011. *"Adoption Of Internet Banking By Iranian Customer"*. AN Emperical Investigation. *The International Journal of Management Science and Information Technology*, (47-67
- Buchari Alma,. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi, Bandung CV. Alfabeta
- Desi Ika. 2011. *"Pengaruh Kecerdasan Emosioonal Dan Spiritual Terhadap Sikap Etis Mahasiswa Akuntansi Dipandang Dari segi Gender (Studi Pada Perguruan Tinggi Negeri Di Kota Medan)"*. *Jurnal Keuangan & Bisnis* Vol. 3 No. 2
- Imam Ghozali dan Hengky Latan. 2014. *"Partial Least Square Konsep, Metode dan Aplikasi Menggunakan Program WarpPLS 4.0"*. Edisi: 2. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Leenheer, Jorna, Tammo H.A. Bijmolt, H. J. Van Heerde, dan A. Smidts. 2007. *"Do Loyalty Programs Enhance Behavioral Loyalty? A Market-wide Analysis Accounting for Endogeneity7"*. *International Journal of Reseach in Marketing*, 24(1) : 31-47.
- Ling Jiang, Minjoon Jun, Zhilin Yang. 2015. *"Customer-perceived value and loyalty: how do key service quality dimensions matter in the context of B2C e-commerce?"* *Service Business Journal*

Mahmud Sholihin. 2013. "Analisis *SEM-PLS* dengan *Warp PLS 3.0*". Yogyakarta: Andi

Mudrajad Kuncoro. 2013. "*Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*". Jogjakarta: Erlangga.

Naresh K. Maholtra, 2004, "*Marketing Research an Applied Orientation*" Edisi 4: USA: Pearson Education.

Nor Asiah Omar, Che Aniza Che Wel, Norzalita Abd Aziz dan Syed Shah Alam. 2013. "*Investigating the structural relationship between loyalty pro-gramme service quality, satisfaction and loyalty for retail loyalty programmes: evidence from Malaysia*" *Measuring Business Excellence* Vol.17 No. 1 2013

Naeyhun (Paul) Jin, Nathaniel D. Line, Jerusalem Merkebu. 2015. "*The Impact of Brand Prestige on Trust, Perceived Risk, Satisfaction, and Loyalty in Upscale Restaurants*". *Journal of Hospitality Marketing & Management*

Samraz Hafeez, Bakhtiar Muhammad. 2012. "*The Impact Of Service Quality, Customer Satisfaction And Loyalty Programs On Customer's Loyalty : Evidence From Banking Sector Of Pakistan*" . *International Journal Of Business And Social Science*. Vol. 3, No. 16; August 2012.

Sujana, Nana. 2004. "Penilaian Hasil Belajar dan Umpan Balik. Jakarta : PT. Remaja Rosdakarya.

Sutisna, SE. ME, 2001, "Perilaku konsumen dan Komunikasi Pemasaran". Cetakan pertama. Bandung : PT. REMAJA ROSDAKARYA.

Syofian Siregar, 2013, "*Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual & SPSS*". Edisi Pertama. Kencana Prenada Group.

Tata Sutabri. 2012. "Konsep dasar Sistem Informasi". ANDI Publisir: Yogyakarta

Tatik Suryani. 2013. "Perilaku Konsumen di Era Internet: Implikasi Pada Strategi Pemasaran". Yogyakarta: Graha Ilmu.

Yudi Sutarso. 2017. "Peran Aktivitas Ko-Kreasi, Nilai dan Kepercayaan Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran dengan Moderasi Sifat Kepribadian". Disertasi. Universitas Indonesia.

Majalah info bank edisi Mei 2014, 2015 dan 2016

www.bankmandiri.co.id diakses pada bulan oktober 2017

